

Programmi senza tagli di pubblicità

Lo chiede l'Associazione di interessi radio e televisivi di cui fa parte anche la Ssr

Ats

Berna – L'Associazione di interessi radio e televisione (Irf) vuole che sia eliminata parzialmente la funzione che consente di saltare la pubblicità quando si guarda una trasmissione in differita. Il fast-forwarding minaccia la loro sopravvivenza facendo perdere introiti, sottolinea un comunicato del Consorzio di emittenti tv. L'Irf riunisce tutte le grandi emittenti private tedesche come Rti, Pro7 e Sat1, la Ssr nonché 3 Plus Group, Az Medien tv e le tv private locali e regionali svizzere. In Svizzera, Swisscom, Upc, Sunrise e piattaforme online come Zattoo, Wilmaa e Teleboy offrono la possibilità ai loro utenti di rivedere per sette giorni tutti i programmi già trasmessi, senza bisogno di regi-

strarli. Gli spettatori possono così scegliere fra migliaia di trasmissioni e hanno anche la possibilità di saltare la pubblicità. Con la televisione in differita, chiamata anche catch-up tv, gli spettatori della Svizzera tedesca e romanda vedono il 59% in meno di pubblicità che con la tv in diretta. La funzione che permette di eliminarla erode dunque il fatturato pubblicitario e fa perdere proventi alle emittenti. Nel 2014 il calo del gettito pubblicitario ammontava a 45 milioni di franchi e nel 2015 addirittura 67 milioni. Per il 2017 l'Irf prevede una perdita di 123 milioni di franchi. La Svizzera – ricorda l'Irf – è l'unico Paese in cui gli operatori via cavo e le piattaforme televisive possono acquistare i diritti d'autore da una società di gestione, a un prezzo regolamentato per que-

sti servizi di archivio, con l'intero programma di tutte le emittenti. A differenza dell'estero, le emittenti non negoziano direttamente con gli operatori i loro diritti di trasmissione in differita. Sono al contrario le società di gestione che negoziano le condizioni. Le tariffe devono essere approvate dalla Commissione arbitrale federale (Caf). La tariffa in vigore fino alla fine del 2016 prevede che i fornitori di servizi televisivi paghino 1 franco e 50 al mese per cliente, se permettono ai loro abbonati di vedere per sette giorni i programmi televisivi già trasmessi e di saltare la pubblicità. Per l'anno prossimo è previsto un incremento di 10 centesimi. I pagamenti per i diritti della catch-up tv vanno alle società di gestione.